

Schenken Sie weniger Champagner, da Feiern ausbleiben

Champagnerverkäufe sinken um fast 10 %, da Verbraucher in einer angespannten globalen Lage weniger Anlässe zum Feiern sehen. Ein Blick auf die Herausforderungen der Branche.



In New York, CNN berichtet, dass der Verkauf von Champagner weltweit nachgelassen hat, da viele Menschen einfach nicht in Feierlaune sind. Die Gesamtzahl der Champagnerlieferungen aus Frankreich sank im vergangenen Jahr um fast 10 % auf 271 Millionen Flaschen. Dies stellt das **zweite Jahr in Folge** dar, in dem die Verkaufszahlen fallen, während **inflationsgeplagte Verbraucher ihre Ausgaben einschränken** und eine allgemein gedrückte Stimmung im weltweiten Umfeld spürbar ist.

Die Herausforderungen der Champagnerindustrie

Diese Informationen stammen aus einem neuen Bericht des Comité Champagne, einer Handelsorganisation, die mehr als 16.000 Winzer und 320 Champagnerhäuser vertritt. Der Bericht zeigt eine düstere Lage der Branche, die mit dem Rückgang der Verkaufszahlen **anderer alkoholischer Getränke** übereinstimmt.

Politische und wirtschaftliche Unsicherheiten

Maxime Toubart, Co-Präsident der Organisation, äußerte sich klar: „Jetzt ist keine Zeit zu feiern, angesichts von Inflation, Konflikten in der Welt, wirtschaftlicher Unsicherheit und einer politischen Abwartenden Haltung in einigen der größten Märkte für Champagner“, darunter die USA und Frankreich.

Der Rückgang der Verkaufszahlen in Frankreich

Der Absatz in Frankreich, dem Heimatland des Champagners, fiel ebenfalls um 7 % auf 118 Millionen Flaschen. Der Bericht zeigt, dass der „inländische Markt weiterhin unter dem vorherrschenden trüben politischen und wirtschaftlichen Kontext leidet“. Im Sommer fand eine **Neuwahl** in Frankreich statt, die zu einem Patt im Parlament führte.

Ausblick für das Jahr 2024

Der französische Luxusgigant LVMH kündigte bereits im Juli an, dass das Jahr 2024 herausfordernd für den Champagnermarkt werden könnte, nachdem er einen Rückgang von 15 % im Absatz von Schaumwein für die erste Jahreshälfte vermeldete. Trotz dieser Rückgänge bekräftigte der Co-Präsident der Vereinigung, David Chatillon, dass Champagner ein „solides, nachhaltiges Organisationsmodell“ darstellt, das seinen Wert auch in schwierigen Zeiten bewiesen hat und Zuversicht für die Zukunft gibt.

Marktentwicklungen und Trends

„Champagner ist eng mit Feierlichkeiten und Glück verbunden“, sagte LVMH-Finanzchef Jean-Jacques Guiony in einer Telefonkonferenz. „Vielleicht führt die aktuelle globale Situation, sei es geopolitisch oder makroökonomisch, nicht dazu, dass die Menschen gute Laune haben und Champagnerflaschen öffnen.“

Investitionen in neue Kategorien

LVMH ist der größte Champagnerproduzent der Welt und besitzt Marken wie Dom Pérignon, Krug und Veuve Clicquot. Im vergangenen Jahr investierte das Unternehmen einen nicht offenlegbaren Betrag in French Bloom, einem alkoholfreien Sekt, was den ersten Einstieg in diese Kategorie markiert.

Umweltbewusstsein in der Champagnerproduktion

Der französische Spirituosenkonzern Rémy Cointreau, der die von Leonardo DiCaprio unterstützte Champagnermarke Telmont besitzt, veröffentlichte ebenfalls einen Finanzbericht, der einen steileren Rückgang der Verkaufszahlen als erwartet prognostiziert, da die Kunden ihre Ausgaben reduzieren. Zudem hat die Region in Frankreich mit extremen Wetterereignissen zu kämpfen, darunter hohe Temperaturen und frühe Fröste, was dazu geführt hat, dass die Winzer im Jahr 2021 die kleinste Ernte seit 1957 verzeichneten. Als Reaktion darauf bemühen sich Champagnerhäuser wie Telmont, umweltfreundlicher zu wirtschaften, um Kunden zu gewinnen, die sich für grüne Initiativen interessieren.

Details

Quellen

• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at